

**Белорусский государственный университет
Факультет социокультурных коммуникаций**

Кафедра компьютерной лингвистики и лингводидактики

**Реферат дипломной работы
«Англо-русские параллельные тексты рекламы автомобилей:
особенности языка оригинала и способов перевода»**

**Крук Кирилл Павлович,
Руководитель Копач Олег Игоревич**

2015 год

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 66, в том числе таблиц – 2., библиографический список – 15 источников, приложений - 1.

Ключевые слова: реклама, результативность, лингвостилистические особенности, перевод, стилистические трансформации.

Объектом исследования является тексты рекламы автомобилей Volvo.

Предметом исследования является лингвистические характеристики рекламных текстов компании Volvo и особенности их перевода.

Цель работы определить транслатологические и лингвистические характеристики англоязычной рекламы автомобилей.

При выполнении работы использованы **методы:** сопоставительный, описательный, структурный и статистический.

Элементами научной новизны полученных результатов являются лингвистические средства реализации функции воздействия в текстах рекламы автомобилей и трансформаций, необходимых для адекватной передачи прагматической информации при переводе вышеуказанных текстов на русский язык.

Область возможного практического применения: методическое пособие при обучении переводу.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

ABSTRACT

Thesis: pages - 66, including spreadsheets - 2, bibliography - 15 sources
Applications - 1.

Keywords: advertising, effectiveness, lingvostylistic peculiarity, translation, stylistic transformation.

The object of research is texts of Volvo vehicles advertising.

The subject of the study is linguistic characteristics of Volvo advertising texts and peculiarity of their translation.

Objective: to determine translational and linguistic characteristics of English vehicle advertising

Methods used: comparative, descriptive, structural and statistical.

The elements of scientific novelty of the results are the linguistic means of implementing a function of the impact in the texts of vehicle advertising and necessary transformations for an adequate transmission of pragmatic information in the translation of the advertising text into Russian. The area of possible practical applications: the handbook for teaching translation discipline.

The author of the work confirms that resulted settlement and analytical materials correctly and objectively reflects the state of the test process, and all borrowed from literature and other sources of theoretical, methodological and methodical positions and conceptions are accompanied by references to their authors.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: старонак - 66, у тым ліку табліц - 2., бібліяграфічны спіс - 15 крыніц, прыкладанняў - 1.

Ключавыя словы: рэклама, выніковасць, лінгвастылістычныя асаблівасці, пераклад, стылістычныя трансфармацыі.

Аб'ектам даследавання з'яўляюцца тэксты рэкламы аўтамабіляў Volvo.

Прадметам даследавання з'яўляюцца лінгвістычныя характарыстыкі рэкламных тэкстаў кампаніі Volvo і асаблівасці іх перакладу.

Мэта працы – вызначыць транслаталагічныя і лінгвістычныя характарыстыкі англамоўнай рэкламы аўтамабіляў.

Пры выкананні працы выкарыстаны **метады:** супастаўляльны, апісальны, структурны і статыстычны.

Элементамі навуковай навізны атрыманых вынікаў з'яўляюцца лінгвістычныя сродкі рэалізацыі функцыі ўздзеяння ў тэкстах рэкламы аўтамабіляў і трансфармацый, неабходных для адэкватнай перадачы прагматычнай інфармацыі пры перакладзе вышэйзгаданых тэкстаў на рускую мову.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: метадычны дапаможнік пры навучанні перакладу.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.